

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ В ЕПОХУ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN INTERNATIONAL TOURISM IN THE ERA OF INTEGRATION PROCESSES

У статті розглянуто інформаційні технології, їх тенденції і переваги при застосуванні в міжнародному туристичному бізнесі. Зазначено, що саме в епоху глобалізації та інтеграції суттєво загострилася монополізація інформаційного простору. Зазначено, що темпи розвитку науково-технічного прогресу сприяють впровадженню інформаційних технологій шляхом створення інформаційних систем управління та глобальних розподільчих систем в туризмі. При цьому формується фінансова політика у сфері туристичного бізнесу. Підкреслено, що глобалізація на сучасному етапі притаманна всім галузям світової економіки, в тому числі і туристичній галузі. Приділено увагу взаємозв'язку інформатизації, глобалізаційним процесам та інтеграції в міжнародному туризмі. Сучасні глобалізаційні процеси в міжнародному туризмі характеризуються появою нових технологій, інтернаціоналізацією ділової активності, модернізацією транспортної інфраструктури, створенням механізму регулювання міжнародного туризму, концентрацією частки ринку і впливу в руках великих компаній.

Ключові слова: інформаційні технології, глобальні дистрибутивні системи, глобалізація, інтеграція, міжнародний туризм, туристична галузь.

The article considers information technologies, their tendencies and advantages in application in the international tourist business. It is noted that in the era of globalization and integration, the monopolization of the information space has significantly intensified. It is noted that the pace of development of scientific and technological progress contributes to the introduction of information technology through the creation of management information systems and global distribution systems in tourism. At the same time, a financial policy in the field of tourism business is being formed. It is emphasized that globalization at the present stage is inherent in all sectors of the world economy, including tourism. Emphasis is placed on the relationship between informatization, globalization processes and integration in international tourism. Modern globalization processes in international tourism are characterized by the emergence of new technologies, internationalization of business activity, modernization of transport infrastructure, creation of a mechanism for regulating international tourism, concentration of market share and influence in the hands of large companies. The essence and significance of global informatization of tourism business are analyzed. The classification of types of information technologies in international tourism is given and the concept of global distribution systems used in tourism services around the world is given. A systematic analysis of the relationship between the development of informatization and the processes of globalization and integration in international tourism. It is proved that informatization is a component of the process of globalization, and the problem of development and consequences of the introduction of information technology is directly related to techno-globalization, integration and theories of innovative development of the world economy. It is noted that in the formation of competitiveness of the tourist enterprise is possible only at orientation on perspective growing development of technologies which can be carried out only on the basis of integration.

Key words: information technologies, global distribution systems, globalization, integration, international tourism, tourism industry.

УДК 338.48-44(1-87):004(045)

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.74-38>

Кізиун А.Г.

к.геогр.н., доцент,
доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Вінницький торговельно-економічний
інститут
Державного торговельно-економічного
університету

Kiziun Alla

Vinnitsia Institute
of Trade and Economics of
State University of Trade and Economics

Постановка проблеми. Глобальна економіка розширює просторові та часові параметри діяльності туристичного бізнесу як реального сектора національної економіки за рахунок створення нових інформаційних туристичних продуктів. Формується новий сектор економіки – віртуальний, у якому туристичні компанії і споживачі туристичних послуг інтерактивно взаємодіють за допомогою Інтернету, який став своєрідним віртуальним посередником. Глобальна інформатизація, характерна для останніх десятиліть, сприяла розширенню сегментів ринку туристичних послуг і посиленню впливу туристичного бізнесу на макроекономічні показники національних економік. Інформатизацію слід визнати складником процесу глобалізації, а проблему розвитку і наслідків впровадження інформаційних технологій безпосередньо пов'язати із техноглобалізмом, інтеграцією і теоріями інноваційного розвитку світової економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням інформаційних технологій та процесів інтеграції приділяли увагу в своїх працях такі вчені як Дж. Боуен, М. Портер, Р. Спекман, Р. Хенфілд, Ю. Веденін, Н. Восколович, В. Гуляєв, І. Зорін, М. Кабушкін, В. Квартальнов, А. Мазараки, Д. Мейкенз, С. Мельниченко Г. Папірян, В. Преображенський, Т. Сокол, Т. Ткаченко, Г. Харріс, А. Чудновський, Л. Шульгіна, М. Скопень, М. В. Босовська, Р. Войтович, А. Воронкова, О. Кузьмін, В. Горбатов, Ю. Яковець, Є. Фалько, М. Мальська та інші. Але системно не було проведено аналізу взаємозв'язку інформаційних технологій, глобалізаційних та інтеграційних процесів в міжнародному туризмі.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є обґрунтування та аналіз взаємозв'язку процесів інформатизації, глобалізації та інтеграції і їх впливу на розвиток міжнародного туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Міжнародний туризм в XXI столітті характеризується трьома основними факторами: глобальна науково-технічна революція, інтеграційні процеси та глобалізація.

Проблематично дати єдине, вичерпне, однозначне визначення теоретичних засад розвитку інформатизації туристичного бізнесу в умовах глобалізації, яке б охоплювало всі аспекти цього надзвичайно складного явища, що має загальносвітові масштаби та специфічні регіональні й локальні прояви.

Процес глобалізації – закономірний етап еволюції світового господарства як інтегрованої складної системи, що самоорганізується і суттєво впливає на розвиток міжнародних ринків [1, с. 94].

Глобалізація в сфері туризму – це процес різкого посилення міжнародних туристичних потоків, потоків послуг, інформації і технологій, наслідком якого є посилення взаємозв'язків і взаємодії підприємств та організацій туристичного бізнесу в світовому масштабі, а також виникнення глобальних форм його інтеграції [2, с. 55].

У міжнародному туризмі саме глобалізація стала одним із основних факторів структурних змін, які супроводжуються концентрацією частини ринку, а отже, і впливу у великих компаніях. Для процесів глобалізації на туристичному ринку характерні зміна технологій, інформатизація, модернізація транспортної інфраструктури, інтернаціоналізація ділової активності, створення механізму регулювання міжнародного туризму на фоні інтеграційних процесів.

У міжнародному туризмі можна спостерігати тенденцію до формування глобального ринку туристичних послуг, на якому інтенсифікуються процеси горизонтальної та вертикальної транснаціоналізації, створення стратегічних альянсів і глобальних союзів через загострення конкурентної боротьби між основними агентами. Глобалізація головних світогосподарських зв'язків і процесів зумовлює посилення конкуренції між країнами, регіонами та суб'єктами міжнародних ринків.

Глобальна конкуренція в туристичному бізнесі зумовлює виникнення нового поняття – глобального конкурентного середовища туристичної діяльності. Однією із основних ознак конкурентноспроможності туристичного підприємства є використання нових інформаційних технологій на туристичному ринку і впровадження в єдиний інформаційний туристичний простір.

Інновації в індустрії туризму головним чином спрямовані на формування нового туристичного продукту і маркетингову діяльність, а також застосування нових методів управління, а особливо – активне використання сучасних інформаційних технологій, що істотно впливає на зниження ціни туристичного продукту, зменшення часу на

підбір і продаж турів, їх оформлення і видачу виїзних документів. Науковцями визначено нові характерні риси інноваційного продукту як складного, інтегрованого як по вертикалі (виробники туристичних послуг, посередники, продавці), так і по горизонталі (постачальники окремих складових елементів) так званої діагональної інтеграції [3, с. 64].

Країни з розвиненими ринками й економікою мають кращі можливості для вдосконалення, а також генерування та імплементації інноваційних технологій і рішень. А країни із трансформаційною економікою чи бідні держави не можуть використовувати усі новітні засоби для модернізації своїх ринків або ж роблять це дуже повільно. Це стосується і ринків інформаційних технологій і туристичного бізнесу. У деяких країнах спостерігається стрімкий розвиток обох цих ринків, інші ж держави мають низький рівень розвитку даних сфер чи однієї з них.

Структурні зміни глобального ринку туристичних послуг проявляються насамперед у формуванні нових конкурентних переваг для територій за рахунок створення умов для ведення туристичного бізнесу на умовах аутсорсингу. Сайти і портали туристичного профілю в мережі Інтернет забезпечують пошук і доступ до різнопланової інформації про туристичні об'єкти та послуги з можливостями вибору і замовлення вибраних послуг [4, с. 119].

Туризм як специфічний вид діяльності взаємопов'язаний із багатьма галузями економіки, починаючи з будівництва і закінчуючи транспортними перевезеннями. Досить важко дати точну оцінку кількості підприємств, зайнятих у сфері туризму. Крім того, туристичні підприємства підтримують різноманітні зв'язки з підприємствами інших секторів економіки: сільськогосподарськими підприємствами, заводами з виробництва транспортних засобів, меблевими фабриками тощо.

Важливою передумовою розвитку інформаційних технологій у міжнародному туристичному бізнесі є процес міжнародної економічної інтеграції. Економічна інтеграція, яка сприяє зближенню і взаємодії національних господарств і формуванню регіональних економічних груп, розвивається там, де для цього склалися необхідні умови.

Інтеграція – невід'ємний компонент процесу розвитку, пов'язаний з об'єднанням у ціле різнорідних частин і елементів, що супроводжується ускладненням і зміцненням зв'язків між елементами, підвищенням рівня цілісності та організованості [5, с. 34]. На думку М. В. Босовської інформаційність входить в контури предметного поля інтеграції і визначається у протекції засобу – як сукупності способів, за допомогою яких елементи інтеграційної системи отримують можливості адаптуватися до середовища існування, або як

здатність інтеграційної структури підтримувати відносини з іншими економічними та соціальними системами, або як модель перенесення і перетворення інформації між елементами (учасниками) інтеграційного процесу [5, с. 35, 38].

На прикладі Європейського Союзу доведено ефективність інтеграційної моделі, у якій застосовано нові принципи міждержавних відносин, згідно з якими національний суверенітет кожної з держав органічно пов'язаний із колективними зобов'язаннями та спільними діями.

Формування глобального ринку відбувається за рахунок транснаціоналізації та зростання рівня взаємозалежності країн. Подібні процеси характерні й для туристичного сектора світового господарства, про що свідчать формування глобального ринку туристичних послуг, «розмивання» національно-державних економічних кордонів, транснаціоналізація міжнародних туристичних відносин, формування яскраво виражених регіональних полюсів впливу на фінансові потоки у даній галузі.

Термін «глобальний ринок» означає, що національні кордони та специфіка національного туристичного продукту другорядні в діяльності провідних транснаціональних корпорацій. Важливою рисою глобалізації є інтернаціоналізація ділової активності. Ініціатива інтернаціоналізації виробництва в туризмі здебільшого походить від країн-постачальників туристів, яким вона приносить найбільшу вигоду. Більшість транснаціональних корпорацій у туризмі є центрами фокусування міжнародних фінансів, розміщених у країнах так званої тріади: США – Західна Європа (Німеччина, Франція, Велика Британія) – Японія, а з недавнього часу і Гонконг. Географія розміщення штаб-квартир ТНК підтверджує той факт, що інтернаціоналізація туристичного бізнесу починається у країнах, які генерують туристські потоки й здійснюють зарубіжне інвестування. Процеси транснаціоналізації і глобалізації у міжнародному туристичному бізнесі найяскравіше виражені в індустрії гостинності, у якій вони набувають форми готельних ланцюгів і мереж (Bass Hotels and Resorts, Best Western, Marriott), а також у великих ТНК у формі міжнародних туристичних туроператорів та авіакомпаній.

Одним із типів організаційної моделі мережевої інтеграції у сфері міжнародного туризму є віртуальні туристичні мережі, які характеризуються, як модель співпраці підприємств на основі спільного формування і використання інформаційних ресурсів, технологій і систем, обміну інформацією з метою створення певної вартості для задоволення туристичних потреб [6, с. 54].

Слід відзначити тенденцію ускладнення туристичних товарів та послуг через інформатизацію середовища, оскільки можна замовити такі

послуги і товари, як придбання квитків, бронювання авто та готелів, дистанційний екскурсійний супровід, моніторинг стану рахунку тощо. За допомогою сучасних інформаційно-технологічних комунікацій, із розвитком електронної торгівлі значну кількість трансакцій здійснюють у режимі онлайн, що фактично зближує територіально віддалені країни.

Таким чином, глобальна інформатизація туристичного бізнесу – це процес системної інтеграції комп'ютерних засобів, інформаційних і комунікаційних технологій у глобальному інформаційному просторі для отримання нових загальносистемних властивостей, що дозволяють ефективно організувати виробництво туристичних послуг, комплектування, реалізацію і споживання туристичного продукту з його максимальною індивідуалізацією в просторі й часі.

Застосування новітніх інформаційних технологій в бізнесі, економіці, державному управлінні та інших галузях є надзвичайно необхідною умовою для ефективного розвитку. У випадку, коли ця умова буде недотримана на належному рівні, відбуватиметься сповільнення розвитку та виникне можливість потрапити у рейтинг відстаючих і неефективних [7, с. 42]. Глобальна інформатизація туристичного бізнесу обумовлює зміну інституціональних основ управління та регулювання міжнародного туризму і є передумовою структурних змін на ринку туристичних послуг.

Серед складових систем інформаційних технологій в галузі міжнародного туризму виділяють наступні [8, с. 164]:

- комп'ютерні системи резервування;
- інформаційні системи управління;
- електронні інформаційні системи;
- електронні переводи грошей;
- телефонні мережі;
- системи проведення телеконференцій та ін.

Враховуючи зростаючу роль сучасних інформаційних технологій в туристичному бізнесі, була створена інтеграційна спільнота – Асоціація сприяння туристичним технологіям (АСТТ), яка поєднує відомих розробників і популяризаторів інформаційних технологій, щоб спільними зусиллями підготувати учасників туристичного ринку до впровадження та ефективного використання сучасних засобів ведення бізнесу.

Основними складовими розвитку інформаційних технологій в галузі туризму є [9]:

- інформаційна інфраструктура;
- бази даних туристичного профілю;
- сайти і портали туристичного профілю в мережі Інтернет;
- електронний маркетинг;
- рекламна діяльність;
- автоматизація діяльності туристичних організацій;

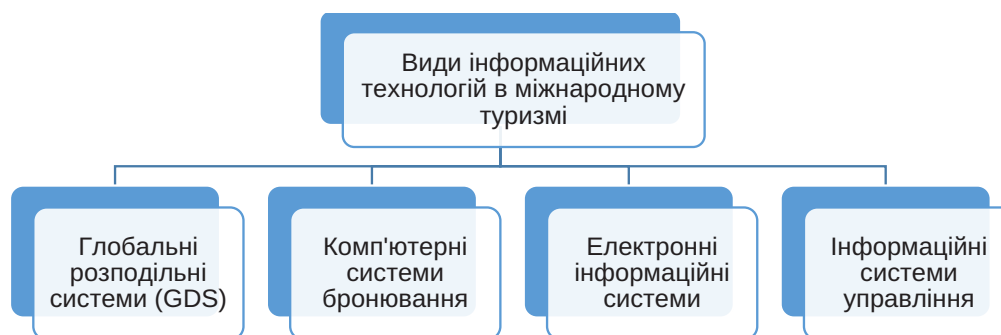


Рис. 1. Класифікація видів інформаційних технологій в міжнародному туризмі

Джерело: [8, с. 166]

– автоматизація керування діяльністю сфери туризму.

На думку експертів АСТТ ринок інформаційних технологій консолідується, туроператори укрупнюються та стають більш технологічними.

Виділяють основні види інформаційних технологій, що мають прямий вплив на підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств (рис. 1).

Глобальна дистрибутивна система (GDS) – це міжнародна комп'ютерна мережа бронювання, створена для використання туристичними підприємствами, інтернетпорталами, що здійснюють бронювання у режимі реального часу, а також великими транснаціональними корпораціями в якості єдиної точки доступу з метою резервування квитків авіакомпаній, готельних номерів, оренди автомобілів та забезпечення постачання інших послуг.

Зараз, після різноманітних корпоративних об'єднань та придбань сформувалися три потужні глобальні дистрибутивні системи – Amadeus, Travelport (технологічні платформи Apollo, Galileo і Worldspan) та Sabre. В зв'язку з глобалізацією ринків, ці системи перетворилися у міжнародні холдинги, що складаються з підприємств різних сфер бізнесу. Сьогодні провідні глобальні дистрибутивні системи забезпечують у режимі реального часу прямий доступ до баз даних практично усіх підприємств, що спеціалізуються на продажу туристичних товарів і послуг [10, с. 57, 58].

Для своєчасної і ефективної реакції на турбулентний характер розвитку ринків туристичних та інформаційних послуг підприємствам туристичного бізнесу необхідні стратегічне передбачення і ефективне використання сучасних засобів ведення бізнесу. Потрібні теоретичне обґрунтування і методологічне переосмислення стратегічного розвитку підприємств туризму за результатами якісних і кількісних змін у системі їх організації та управління.

Висновки з проведеного дослідження. Економічні реалії сучасного туристичного бізнесу свідчать про становлення нових закономірностей

його розвитку, які потребують постійного поглиблення й удосконалення існуючих теорій. Сучасний розвиток туристичного бізнесу можливий лише шляхом впровадженні в глобальний інформаційний простір. Масштаб процесу інформатизації слід розглядати як у межах глобального розвитку суспільства, так і локально: у межах окремих ринків, територій, корпорацій, галузей економіки. Глобалізація світової економіки сприяє розвитку інформатизації, поширенню інформаційних технологій та розширенню доступу до них усе більшої кількості туристичних підприємств і туристів у різних країнах світу і є передумовою змін на всіх рівнях управління туристичною галуззю, тобто спостерігається процес глобальної інформатизації туристичного бізнесу на фоні інтегральних процесів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Фалько Є. А. Науково-теоретичні засади розвитку глобальної інформатизації туристичного бізнесу. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент Інновацій*. Дніпропетровськ, 2015. Вип. (23)4. С. 92-100. URL: <https://doi.org/10.15421/191513> (дата звернення: 25.04.2022).
2. Карпенко Ю. В. Сучасні тенденції глобалізації та регіоналізації відносин у сфері туризму. *Економічний вісник Донбасу*. 2017. № 3(49). С. 49–62. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd_2017_3_8 (дата звернення: 29.04.2022).
3. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко та ін.; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : КНТЕУ, 2010. 596 с.
4. Мешко Н. П., Фалько Є. А. Розвиток туристичного бізнесу в умовах інформатизації світової економіки. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Миколаїв, 2014. Вип. 2. С. 114–120. URL: <http://global-national.in.ua/archive/2-2014/23.pdf> (дата звернення 26.04.2022).
5. Босовська М. В. Інтеграційні процеси в туризмі: монографія. Київ : КНТЕУ, 2015. 832 с.
6. Атаманчук З. А. Формування мережевої туристичної індустрії як форма глобальної інтеграції країн.

Економічний простір. Дніпро, 2019. № 144. С. 49–64. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/6/5> (дата звернення: 29.04.2022).

7. Струтинська І. Інформаційні технології організації бізнесу – імператив інноваційного розвитку бізнес-структур. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль. 2018. № 2. С. 40–49. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gev_2018_2_6 (дата звернення: 29.04.2022).

8. Сазонець О. М. Інформаційні системи і технології в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2014. 256 с.

9. Кудінова І. П., Нечипоренко А. О. Сучасні інформаційні технології в туризмі. *Телекомунікаційний простір XXI сторіччя: ринок, держава, бізнес*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 18–19 грудня. 2019 р. Київ, 2019. С. 339–343. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kudinova2.htm (дата звернення: 28.04.2022).

10. Ткаченко Т. І., Козловський Є. В. Вплив глобальних дистрибутивних систем на розвиток сучасного туристичного бізнесу. *Економіка та держава*. Київ, 2018. № 6. С. 56–59. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/6_2018/14.pdf (дата звернення: 29.04.2022).

REFERENCES:

1. Falko Ye. A. (2015) Naukovo-teoretychni zasady rozvytku hlobalnoi informatyzatsii turystychnoho biznesu [Scientific and theoretical principles of global informatization of tourism business]. *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Seriya: Menedzhment Innovatsii*. Dnipropetrovsk, vol. (23) 4, pp. 92–100. URL: <https://doi.org/10.15421/191513> (accessed 25 April 2022). (in Ukrainian)

2. Karpenko Yu. V. (2017) Suchasni tendentsii hlobalizatsii ta rehionalizatsii vidnosyn u sferi turyzmu [Current trends in globalization and regionalization of relations in the field of tourism]. *Ekonomichnyi visnyk Donbasu*, no. 3(49), pp. 49–62. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd_2017_3_8 (accessed 29 April 2022). (in Ukrainian)

3. Stratehichnyi rozvytok turystychnoho biznesu: monohrafiia (2010) [Strategic development of tourism business: monograph] / T. I. Tkachenko, S. V. Melnychenko, M. H. Boiko ta in.; za zah. red. A. A. Mazaraki. Kyiv: KNTEU, 596 p. (in Ukrainian)

4. Meshko N. P., Falko Ye. A. (2014) Rozvytok turystychnoho biznesu v umovakh informatyzatsii svitovoi ekonomiky [Development of tourism business in the conditions of informatization of the world economy]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*. Mykolaiv, vol. 2, pp. 114–120 (accessed 26 April 2022). (in Ukrainian)

5. Bosovska M. V. (2015) Intehratsiini protsesy v turyzmi: monohrafiia [Integration processes in tourism: monograph]. Kyiv: KNTEU, 832 p. (in Ukrainian)

6. Atamanchuk Z. A. (2019) Formuvannia merezhevoi turystychnoi industrii yak forma hlobalnoi intehratsii krain [Formation of the network tourism industry as a form of global integration of countries]. *Ekonomichnyi prostir*. Dnipro, no. 144, pp. 49–64. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/6/5> (accessed 29 April 2022). (in Ukrainian)

7. Strutynska I. (2018) Informatsiini tekhnolohii orhanizatsii biznesu – imperativ innovatsiinoho rozvytku biznes-struktur [Information technologies of business organization are an imperative of innovative development of business structures]. *Halyskyi ekonomichnyi visnyk*. Ternopil. № 2. Pp. 40–49. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gev_2018_2_6 (accessed 29 April 2022). (in Ukrainian)

8. Sazonets O. M. (2014) Informatsiini systemy i tekhnolohii v upravlinni zovnishnoekonomichnoiu diialnistiu: navch. posib. [Information systems and technologies in the management of foreign economic activity: a textbook]. Kyiv: TsUL, 256 p. (in Ukrainian)

9. Kudinova I. P., Nechyporenko A. O. (2019) Suchasni informatsiini tekhnolohii v turyzmi [Modern information technologies in tourism]. *Telekomunikatsiinyi prostir KhKhI storichchia: rynek, derzhava, biznes: materialy mizhnar. nauk.-prakt. konf., m. Kyiv, 18–19 December 2019* Kyiv, pp. 339–343. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kudinova2.htm (accessed 28 April 2022). (in Ukrainian)

10. Tkachenko T. I., Kozlovskiy Ye. V. (2018) Vplyv hlobalnykh dystrybutyvnykh system na rozvytok suchasnoho turystychnoho biznesu [The impact of global distribution systems on the development of modern tourism business]. *Ekonomika ta derzhava*. Kyiv, no. 6, pp. 56–59. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/6_2018/14.pdf (accessed 29 April 2022). (in Ukrainian)